Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap

>Retouradres Postbus 16375 2500 BJ Den Haag

De raad van bestuur van de Nederlandse Publieke Omroep
Postbus 26444
1202 JJ HILVERSUM

**Media en Creatieve Industrie**
Rijnstraat 50
Den Haag
Postbus 16375
2500 BJ Den Haag
www.rijksoverheid.nl

**Onze referentie**
846794
**Uw brief van**
15 juni 2015
**Bijlagen**
2

Datum
Betreft Ontwerpbesluit aanvragen nieuwe aanbodkanalen en stopzetten bestaande aanbodkanalen uit het Concessiebeleidsplan 2016-2020

Geachte raad,

Hierbij stuur ik u mijn ontwerpbesluit op de door de Nederlandse Publieke Omroep (NPO) in bijlagen 4 en 5 van het Concessiebeleidsplan voor de jaren 2016-2020 aangevraagde nieuwe aanbodkanalen en de aanvraag tot beëindiging van enkele bestaande aanbodkanalen.

**1. Besluit tot goedkeuring**

Met toepassing van artikel 2.21, derde lid, van de Mediawet 2008 verleen ik onder de verderop in deze brief gegeven overwegingen goedkeuring voor de volgende aanbodkanalen:
- Npo3.nl - een online aanbodkanaal, een specifiek op jongeren gericht onderdeel van npo.nl;
- NPO Nieuws en evenementen - een radiosubkanaal onder de afwisselende hoofdzenders radio van de NPO, een carrousel van het meest recente NOS Journaal en live verslaggeving van evenementen.

Voor de volgende aanvragen voor het beëindigen van aanbodkanalen verleen ik, onder de verderop in deze brief gegeven overwegingen en voorwaarden, toestemming:
- de televisiekanalen NPO Doc en NPO Humor TV;
- de thematische portals NPO Cultura, NPO Gezond, NPO Wetenschap, NPO Geschiedenis, NPO Doc, NPO Spirit en NPO Journalistiek;
- het overige radioprogrammakanaal NPO Radio 6, en de twee speciale DAB-kanalen NPO Nieuws 24 en NPO Radio 2 Top 2000;
- een aantal gezamenlijke webkanalen[1];
- het verminderen van het aantal thematische portals verzorgd door afzonderlijke omroepen van negentien naar twee (nos.nl en schooltv.nl); en
- diverse webkanalen verzorgd door individuele omroepen.[2]



---

[1] NPO Radio 2: 1 webkanaal, NPO 3FM: 1 webkanaal, NPO Radio 4: 1 webkanaal, NPO Radio 6: 7 webkanalen, NPO FunX: 3 webkanalen.

## 2. Besluit tot afwijzing

Ik verleen onder de verderop in deze brief gegeven overwegingen geen goedkeuring aan het volgende aanbodkanaal:

- NPO FunX Turkpop - een radiosubkanaal van het hoofdkanaal NPO FunX, programmering van het muziekgenre Turkpop.

## 3. Wettelijk kader en procedure

Volgens de Europese regels inzake staatssteun bij de publieke omroep moeten aard en omvang van de publieke taak van de publieke omroep volgens een transparante procedure worden vastgesteld. De aanbodkanalen waarvoor de aanvraag voor ministeriële instemming is gedaan, zijn aanbodkanalen als bedoeld in artikel 2.20 van de Mediawet 2008 waarop de instemmingsprocedure van artikel 2.21 van toepassing is.

Aanbodkanalen zijn onderdeel van de publieke taak van de landelijke publieke omroep. Dit betekent dat voor het verzorgen of het beëindigen van aanbodkanalen instemming op grond van artikel 2.21, derde lid, Mediawet 2008 vereist is. De instemmingsprocedure waarborgt dat de aard en omvang van de taak van de publieke omroep op transparante wijze wordt vastgesteld in overeenstemming met de Europeesrechtelijke kaders voor staatssteun en de toepassing daarvan op de financiering van de publieke omroep. In het bijzonder kan hierbij verwezen worden naar het besluit van de Europese Commissie van 26 januari 2010.[3] Onderdeel van dit besluit is de toepassing van de uniforme openbare voorbereidingsprocedure van afdeling 3.4 van de Algemene wet bestuursrecht bij de besluitvorming over instemming met publieke mediadiensten.

De procedure is als volgt:

a. De landelijke publieke omroep geeft in het Concessiebeleidsplan of in de jaarlijkse Meerjarenbegroting onderbouwd aan welke aanbodkanalen hij wil toevoegen aan of schrappen uit het aanbod en vraagt daarvoor de instemming van de minister (artikel 2.21. derde lid, Mediawet 2008). De onderhavige aanvraag is gedaan in bijlage 4 en 5 van het Concessiebeleidsplan 2016-2020. De landelijke publieke omroep heeft het Concessiebeleidsplan conform artikel 2.21, eerste lid, Mediawet 2008 openbaar gemaakt. De volgende belanghebbenden zijn, indien van toepassing mede ten behoeve van hun leden, bij brieven van 7 juli 2015 actief op de hoogte gesteld van de aanvraag en de te volgen procedure: ANP, het Nederlands Uitgeversverbond, NDP Nieuwsmedia, RadioCorp B.V., Telegraaf Media Groep N.V., TV Digitaal B.V., Vereniging Commerciële Omroepen, de Nederlandse Vereniging voor Commerciële

---

[2] BNN.FM, NPO Zappelin radio, elf webkanalen met name op gebied van klassieke muziek, Orgelradio, Beam.

[3] Beschikking van de Europese Commissie, nr. c (2010) 132, inzake steunmaatregel E 5/2005 (ex BB 170b/2003), "jaarlijkse financiering van de Nederlandse publieke omroep".

Radio, Netflix International B.V., HBO Nederland en FOX International Channels.

b. Over het Concessiebeleidsplan, waarin de aanvragen voor het starten en beëindigen van aanbodkanalen zijn opgenomen, brengen de Raad voor cultuur (hierna: de Raad) en het Commissariaat voor de Media (hierna: het Commissariaat) op grond van artikel 2.21, tweede lid, Mediawet 2008 advies uit. Het Commissariaat en de Raad hebben op respectievelijk 15 en 17 september 2015 hun advies over het Concessiebeleidsplan ingediend (zie bijlagen).
c. De minister kan, indien daartoe aanleiding bestaat, nadere vragen stellen aan de NPO.[4] Op vrijdag 30 oktober 2015 heeft de minister nadere vragen gesteld. De NPO heeft deze vragen op 6 november 2015 beantwoord.[5]
d. De minister stelt vervolgens mede op basis van de adviezen een ontwerpbesluit op. Het ontwerpbesluit en de daarop betrekking hebbende relevante stukken worden openbaar gemaakt door deze ter inzage te leggen via plaatsing op de website van het Rijk. Daaraan voorafgaand wordt van het ontwerpbesluit kennis gegeven in de Staatscourant. Op […] 2015 is in de Staatscourant kennis gegeven van de zakelijke inhoud van het ontwerpbesluit.[6] Op […] 2015 zijn het ontwerpbesluit en de daarop betrekking hebbende relevante stukken gepubliceerd. Met een brief van […] 2015 is aan de hiervoor onder a genoemde belanghebbenden het ontwerpbesluit toegezonden en is nadere uitleg gegeven over de procedure, waaronder de wijze waarop zienswijzen kunnen worden ingediend.
e. Belanghebbenden kunnen binnen zes weken na terinzagelegging schriftelijk of mondeling een onderbouwde zienswijze geven over het ontwerpbesluit. In deze periode wordt ook een hoorzitting gehouden als daar naar het oordeel van de minister voldoende behoefte aan bestaat. […] hebben een schriftelijke zienswijze ingediend. Op […] is een hoorzitting gehouden.
f. Daarna neemt de minister een definitief besluit. De minister baseert zich daarbij mede op de adviezen van de Raad en het Commissariaat en weegt de door belanghebbenden ingediende onderbouwde zienswijzen op zorgvuldige en evenwichtige wijze mee.
g. Bij toepassing van de uniforme openbare voorbereidingsprocedure kunnen belanghebbenden die het niet eens zijn met het besluit van de minister binnen zes weken na de terinzagelegging rechtstreeks beroep instellen bij de bestuursrechter.

## 4. Het toetsingskader

De publieke omroep geeft elke vijf jaar in het Concessiebeleidsplan en zo nodig in de jaarlijkse begroting aan welke aanbodkanalen hij wil toevoegen aan zijn aanbod en vraagt hiervoor goedkeuring van de minister (artikel 2.21 van de Mediawet 2008). De publieke omroep moet onderbouwen waarom de nieuwe

---

[4] Voor minister kan worden gelezen staatssecretaris.
[5] De brief met de beantwoording van de nadere vragen wordt tegelijk met het ontwerpbesluit openbaar gemaakt.
[6] Datum wordt in het definitieve besluit ingevuld.

aanbodkanalen passen binnen de publieke taak. Daarbij moet aandacht besteed worden aan de beoogde doelgroep en het beoogde publieksbereik, de behoefte van het publiek, de relatie met het andere media-aanbod, het bestaande aanbod op de markt en de wijze(n) van distributie en financiering.

Het inhoudelijke beoordelingskader voor goedkeuring van de publieke taakactiviteiten ligt besloten in de publieke taak zoals omschreven in artikel 2.1 van de Mediawet.

Nieuwe aanbodkanalen van de publieke omroep moeten tevens beoordeeld worden op markteffecten. Met de Europese Commissie is afgesproken dat voor de beoordeling op markteffecten de uniforme openbare voorbereidingsprocedure van afdeling 3:4 van de Algemene wet bestuursrecht wordt toegepast. In deze procedure hebben commerciële mediabedrijven en andere belanghebbenden zes weken de tijd om hun zienswijze te geven op het ontwerpbesluit van de minister. In deze periode wordt ook een hoorzitting door het ministerie georganiseerd en/of kunnen belanghebbenden bilateraal gehoord worden. In hun zienswijzen kunnen belanghebbende partijen mogelijke schadelijke markteffecten naar voren brengen en onderbouwen. De minister weegt onevenredig nadelige gevolgen voor de markt af tegen het publieke belang van een nieuwe dienst. De minister weegt de onderbouwde zienswijzen van belanghebbende partijen op een zorgvuldige en evenwichtige wijze mee bij het nemen van zijn besluit.

## 5. Ingekomen reactie van belanghebbenden/hoorzitting

*[In te voegen in definitief besluit]*

## 6. Nadere motivering

*Algemeen*

*Adviezen Raad voor Cultuur en Commissariaat voor de Media*
De Raad heeft op 17 september 2015 advies uitgebracht over het Concessiebeleidsplan voor de jaren 2016-2020. Ten aanzien van de daarin in bijlagen 4 en 5 opgenomen aanvragen voor aanbodkanalen valt het de Raad in het algemeen op dat de NPO niet bij alle aanvragen voor nieuwe aanbodkanalen de (geschatte) kosten heeft genoemd. Naast deze kosten mist de Raad ook meetbare doelstellingen bij de aanvragen. De Raad adviseert dat, als goedkeuring wordt verleend voor het stopzetten van NPO Radio 6, er harde afspraken worden gemaakt over onder meer het aantal uitzenduren voor soul en jazz op een ander aanbodkanaal. De Raad oordeelt negatief over de aanvragen voor NPO FunX Turkpop en NPO Nieuws en evenementen.

Het Commissariaat heeft op 15 september 2015 advies uitgebracht over het Concessiebeleidsplan voor de jaren 2016-2020. Het Commissariaat is van oordeel dat alle drie de nieuwe aanbodkanalen passen binnen de publieke mediaopdracht. Ook het opheffen van aanbodkanalen past binnen de integrale distributiestrategie die aansluit op het snel veranderende kijk- en luistergedrag. Wel dienen de aanvragen op een aantal punten nader te worden onderbouwd. Dit betreft met name de behoefte van het publiek en de financiering van de aanbodkanalen. Voor zover de door het Commissariaat in het advies benoemde

punten alsnog voldoende worden onderbouwd, adviseert het Commissariaat positief over de nieuwe en op te heffen aanbodkanalen.

Ik heb bij het nemen van mijn besluit acht geslagen op de adviezen van de Raad en het Commissariaat. Ik stel vast dat deze adviezen op zorgvuldige wijze tot stand zijn gekomen.
Mede op basis van de adviezen heb ik nadere vragen gesteld aan de NPO met betrekking tot enkele aangevraagde aanbodkanalen en aanvragen tot beëindiging van bestaande aanbodkanalen. De beantwoording van deze nadere vragen heb ik in mijn overwegingen meegenomen.

*Beoordeling aangevraagde aanbodkanalen*
Zoals ik hiervoor bij de uitleg over het toetsingskader al heb geschreven ga ik bij de beoordeling van aangevraagde activiteiten uit van de wettelijke taak van de publieke omroep. Ik zal hierna de verschillende aanvragen nalopen. Ik constateer dat de publieke omroep in het Concessiebeleidsplan de aangevraagde aanbodkanalen uitgebreid heeft beschreven.

*1. Npo3.nl (artikel 2.1, tweede lid, onderdelen a, b en c, en het vierde lid, Mediawet 2008)*
Met npo3.nl wil de NPO een specifiek op jongeren gericht onderdeel van npo.nl opzetten dat zich in de styling, uitstraling en het aanbod specifiek richt op de jongere doelgroep. Samen met de bijbehorende sociale media-kanalen vormt npo3.nl een platform waar deze doelgroep op een aansprekende manier alle voor hen interessante content van omroepen kan vinden. Npo3.nl bevat, naast (fragmenten van) televisieprogramma's, ook andere content van omroepen die primair geproduceerd is voor gebruik op connected devices, of het nu gaat om de telefoon, tablet, laptop of televisie. Het betreft daarbij ook specifiek voor dit kanaal geproduceerd of geselecteerd materiaal, waaronder nieuwe web-series. Door de relevante programma's en de inspanningen op sociale media te verbinden aan npo3.nl, bundelt de NPO de krachten, gaat hij de doelgroep beter gidsen en biedt hij deze een plek waar ze actief kunnen participeren. Het aanbodkanaal gaat een actieve rol vervullen in het aanjagen van nieuw talent, omdat omroepen op npo3.nl pilots of nieuwe vormen van programma's uit kunnen testen en talentontwikkeling kunnen bevorderen. Het biedt, naast een redactionele selectie uit al het NPO-aanbod en persoonlijke aanbevelingen, mogelijkheden tot interactie, participatie, promotie van media-aanbod en het delen van content. Waar mogelijk zal de interactie op npo3.nl ook weer ingezet worden in de programmering op het lineaire hoofdkanaal NPO 3.

De NPO beargumenteert volgens de Raad goed waarom hij voor npo3.nl kiest.[7]
De Raad meent dat als de NPO met npo3.nl inderdaad tegemoet weet te komen aan het mediagedrag van jongeren en als nieuwe makers inderdaad via npo3.nl een kans krijgen content te maken of eraan bij te dragen, dat het kanaal dan een waardevolle aanvulling zou kunnen zijn op hetgeen er al is, en daarmee een bijdrage levert aan de vervulling van de publieke mediaopdracht. De Raad vreest wel voor verwatering van het aanbod met het aantal portals en vraagt aandacht voor verspreiding van content op externe platforms, zoals YouTube en Facebook. De Raad oordeelt positief met de volgende kanttekeningen: de NPO dient in het

---

[7] Advies van 17 september 2015

aanbod en in de vorm van npo3.nl rekening te houden met de smaakverschillen binnen de doelgroep en beveelt aan om redacteuren van verschillende omroepen samen te laten werken bij npo3.nl. Het Commissariaat is van oordeel dat npo3.nl past binnen de publieke mediaopdracht en geeft daarbij aan dat de behoefte van het publiek en de financiering van het aanbodkanaal nadere onderbouwing behoeft. [8]

Ik vind dat de NPO voldoende heeft onderbouwd wat de publieke waarde van npo3.nl is en op welke wijze het aanbodkanaal bijdraagt aan de uitvoering van de publieke mediaopdracht. Het bereik van jongeren is al jaren een aandachtspunt voor de publieke omroep. Het is de opdracht om een relevant bereik te hebben onder zowel een breed en algemeen publiek, als onder bevolkings- en leeftijdsgroepen van verschillende omvang en samenstelling.

Met dit aanbodkanaal wil de NPO jongeren beter bedienen. Het is logisch dat de publieke omroep daarvoor een online platform inricht, waarmee hij kan aansluiten bij het veranderende mediagebruik van jongeren. Het past ook bij de opdracht aan de publieke omroep om hiervoor nieuwe manieren te ontwikkelen om aan te sluiten bij het mediagebruik, bijvoorbeeld door in te zetten op interactie, participatie van het publiek en het delen van content. Het is ook logisch dat de publieke omroep aanbod gaat ontwikkelen dat beter aansluit bij de doelgroep en het medium door op het kanaal nieuwe (webonly) content aan te bieden die qua vorm, duur en verhaallijn aansluit bij de behoeften van jongeren. In een aansprekende context kan npo3.nl het jonge publiek gidsen door de content van de publieke omroep. Het gaat dan om zowel content die specifiek voor npo3.nl wordt gemaakt, als om content die ook op andere aanbodkanalen beschikbaar is, zoals bijvoorbeeld op NPO3, NPO FunX of NPO 3FM. Hierdoor wordt het publieke media-aanbod toegankelijker voor de doelgroep.

De Raad stelt dat de doelgroep 13-34 jarigen niet alleen ruim is, maar ook ongelijksoortig en wil dat de NPO rekening houdt met smaakverschillen binnen de doelgroep. In antwoord op mijn nadere vragen legt de NPO naar mijn mening voldoende uit hoe npo3.nl past bij de doelgroep:

- uit tijdbestedingsonderzoek blijkt dat tieners ongeveer net zoveel tijd besteden aan het uitgesteld kijken van televisiecontent als aan het kijken naar shortform video, terwijl jongvolwassen veel minder tijd besteden aan deze laatste vorm;
- de doelgroep in zijn geheel heeft een grotere behoefte aan participatie en interactie rond het video-aanbod;
- thema's als humor, ontdekken en aspiratie spreken brede groepen jongeren aan;
- maar omdat het een online platform is dat niet gebonden is aan een uitzendschema, kunnen jongeren zelf zeer gericht kiezen uit het complete aanbod;
- zo kan npo3.nl jongeren altijd voorzien van content die voor hen relevant is, op een manier die past bij hun mediagedrag;
- Npo3.nl kan NPO3 versterken door middel van verwijzingen naar de programma's op NPO3 en door middel van interactie met en communicatie over die programma's.



---

[8] Advies van 15 september 2015

Voor npo3.nl is, binnen de bestaande begroting van NPO3, NPO 101TV en online websites van omroepen, 1,7 miljoen euro begroot. Deze investering past bij het belang van dit platform en van het bereiken van de doelgroep. Het nieuwe aanbodkanaal sluit ook aan bij de publieke taak om nieuwe mogelijkheden in te zetten om media-aanbod aan het publiek aan te bieden: een breed platform met short form video, interactie en participatie.

Ik constateer dat de aanvraag aansluit bij de doelstellingen uit het Concessiebeleidsplan waarin de integrale programmering een belangrijk uitgangspunt is. Daarmee bedoelt de publieke omroep dat hij slimmer rekening gaat houden met het gebruik van het aanbod door verschillende publieksgroepen, via verschillende mediatypen, op verschillende apparaten en momenten van de dag. Met npo3.nl kan de publieke omroep dit beter doen voor de jonge doelgroep.

Ik meen dat de NPO voldoende heeft onderbouwd dat npo3.nl bijdraagt aan de uitvoering van de publieke mediaopdracht.

*2. NPO Nieuws en evenementen (artikel 2.1,tweede lid, onderdelen a, b en c en het vierde lid, Mediawet 2008)*
De NPO beschikt op dit moment niet over een subkanaal waar hij ruimte heeft voor radioverslaggeving van evenementen en vraagt daarom dit subkanaal aan. De reguliere programmering op het subkanaal NPO Nieuws en Evenementen zal bestaan uit een carrousel van het meest recente NOS Journaal van NPO Radio 1. Wanneer relevant zal deze programmering worden vervangen door live verslaggeving van evenementen die passen binnen de profielen van een van de hoofdkanalen van de NPO. Dit kunnen evenementen zijn op het gebied van nieuws, sport, muziek of een andere cultuurvorm. Ook in de aanloop naar een evenement kan hieraan op het subkanaal aandacht besteed worden. Het subkanaal NPO Nieuws en evenementen valt als extensie onder afwisselende hoofdzenders radio van de NPO. Op de momenten waarop verslag wordt gedaan van een evenement, zal er crosspromotie plaatsvinden tussen dit subkanaal en het hoofdkanaal waarbij dit evenement in het zenderprofiel past.

De Raad is van mening dat de NPO beter moet kunnen onderbouwen waarom hij denkt dat er behoefte is aan een dergelijk aanbodkanaal en hoe kan worden voorkomen dat het nieuwe aanbodkanaal andere kanalen van de publieke omroep kannibaliseert. Om deze redenen adviseert de Raad negatief over de aanvraag voor NPO Nieuws en evenementen. Het Commissariaat is van oordeel dat NPO Nieuws en evenementen past binnen de publieke mediaopdracht maar geeft daarbij aan dat de behoefte van het publiek en de financiering van het aanbodkanaal nadere onderbouwing behoeft.

Meer aandacht voor evenementen sluit aan bij de doelstellingen uit het Concessiebeleidsplan van de NPO. Met het initiëren, registeren en verslaan van belangrijke gebeurtenissen en evenementen, wil de NPO bijdragen aan het verbinden van de samenleving. De NPO legt in de antwoorden op de nadere vragen uit dat het op NPO Nieuws en Evenementen zal gaan om die evenementen die maatschappelijke relevantie hebben en/of evenementen waarvan op basis van bezoekersaantallen bekend is dat het publiek hier interesse in heeft maar die op de hoofdzenders niet volledig uitgezonden kunnen worden. Met het voorgestelde nieuwe aanbodkanaal wil de NPO beter kunnen inspelen op de verschillende

behoeften van zijn publiek: degenen die uitgebreider verslag willen dan op de hoofdzenders te horen is, kunnen terecht bij NPO Nieuws en Evenementen.

De doelgroep van het kanaal wisselt en is afhankelijk van het type evenement. De NPO verwacht door gerichte doorverwijzing vanaf de hoofdzenders, crosspromotie en een goede vindbaarheid de luisteraars die belangstelling hebben voor het aanbod te kunnen geleiden naar NPO Nieuws en Evenementen. De BBC heeft een vergelijkbaar radiokanaal. Het kanaal van de BBC is echter een 'pop up'-kanaal dat niet altijd beschikbaar is, hetgeen de vindbaarheid niet ten goede komt. De keuze van de NPO om het evenementenkanaal daarom permanent beschikbaar te houden, is begrijpelijk.

Het verzorgen van media-aanbod op het gebied van informatie en cultuur, bijvoorbeeld door het verslaan van nieuws-, sport- of culturele evenementen, is een belangrijk onderdeel van de taak van de publieke omroep. Met het aanbieden van uitgebreide live verslaggeving van evenementen, biedt de publieke omroep verdieping. Hiermee kan ook in behoeften van specifieke doelgroepen worden voorzien. De extra kosten voor NPO Nieuws en evenementen zijn beperkt, omdat in de meeste gevallen de programmamakers al aanwezig zijn bij een evenement vanwege de beknoptere verslaggeving op een ander kanaal van de publieke omroep. Uit de antwoorden op de nadere vragen blijkt dat er alleen additionele kosten komen voor bijvoorbeeld extra verbindingen, extra redactie en extra locatiehuur. De NPO financiert alle kosten binnen de bestaande radiobegroting. Het is efficiënt om met slechts beperkte kosten, verdieping te bieden voor de geïnteresseerde doelgroep.

Ik meen dat de NPO voldoende heeft onderbouwd dat NPO Nieuws en evenementen bijdraagt aan de uitvoering van de publieke mediaopdracht.

*3. NPO FunX Turkpop (artikel 2.1, tweede lid, onderdelen b en c, Mediawet 2008)*
Het subkanaal NPO FunX Turkpop is aangevraagd als een extensie van het verbindende hoofdkanaal NPO FunX. Er zal crosspromotie tussen de hoofdzender en het subkanaal plaatsvinden. Ook zal er aan Turkpop gerelateerde achtergrondinformatie op de zenderportal van NPO FunX te vinden zijn. Het subkanaal NPO FunX Turkpop bevat programmering van het muziekgenre Turkpop. Dit genre kenmerkt zich door een mix van Westerse popmuziek met traditionele Turkse muziek. De NPO beschikt op dit moment niet over een subkanaal in dit genre en wil dit graag aanbieden.

De Raad adviseert negatief over dit nieuwe aanbodkanaal. De Raad heeft begrip voor de poging van de NPO ook Turkse jongeren naar het publieke (radio)domein te willen trekken, maar kan zich voorstellen dat een apart station voor een zeer kleine doelgroep eerder leidt tot segregatie dan tot inclusiviteit. De Raad ziet niet hoe de oprichting van deze aparte zender past bij een publieke omroep die streeft naar een breed bereik. Volgens de Raad is in de aanvraag onvoldoende beargumenteerd waarom Turkse jongeren niet naar FunX maar wel naar Turkpop zouden gaan luisteren, of wat Turkpop meer te bieden heeft dan de bestaande commerciële zenders die dit genre aanbieden. Het Commissariaat is van oordeel dat NPO FunX Turkpop past binnen de publieke mediaopdracht maar geeft daarbij aan dat de behoefte van het publiek en de financiering van het aanbodkanaal nadere onderbouwing behoeft.

Ik meen dat de NPO de publieke waarde van NPO FunX Turkpop onvoldoende heeft onderbouwd. Uit de aanvraag blijkt niet duidelijk dat het kanaal voldoende bijdrage levert aan de publieke mediaopdracht. De NPO beargumenteert de noodzaak van het aanbodkanaal met het argument dat Nederlanders met een Turkse achtergrond op dit moment slecht worden bereikt door de publieke omroep. Met het aanbieden van het muziekgenre Turkpop op het nieuwe kanaal, wil de NPO Nederlanders met een Turkse achtergrond tussen de 15 en 34 jaar oud, van aanbod voorzien. Uit de aanvraag en de antwoorden op de nadere vragen blijkt echter onvoldoende dat er ook een behoefte is bij deze doelgroep aan een dergelijk kanaal. Daarnaast blijkt ook niet overtuigend uit de aanvraag hoe een apart station voor een zeer specifieke doelgroep past binnen de ambitie om een verbindende kracht in de samenleving te zijn, terwijl dit wel een belangrijke ambitie van de NPO in het Concessiebeleidsplan 2016-2020 is. Het kanaal zou een muziekstream worden zonder presentatie. De publieke waarde van het kanaal zou hiermee voornamelijk afhankelijk zijn van de kruisbestuiving die dit kanaal teweegbrengt naar andere kanalen van de NPO. Dit is voor mij onvoldoende.

Mede op basis van de adviezen van de Raad en het Commissariaat, wijs ik de aanvraag voor het nieuwe aanbodkanaal NPO FunX Turkpop, af.

*4. Beëindigen van diverse aanbodkanalen waaronder NPO Radio 6 (artikel 2.21, derde lid, Mediawet 2008)*

De NPO heeft toestemming gevraagd om een aantal televisieprogrammakanalen, gezamenlijke thematische portals, overige radioprogrammakanalen, overige aanbodkanalen radio en webkanalen verzorgd door individuele omroepen te beëindigen.

De Raad en het Commissariaat gaan, met betrekking tot de aanvraag tot beëindiging van diverse aanbodkanalen, in hun adviezen slechts in op het beëindigen van NPO Radio 6.

*NPO Radio 6*
Het opheffen van dit afzonderlijke aanbodkanaal voor soul en jazz is onderbouwd vanuit de noodzaak tot het maken van scherpe keuzes en de inzet op minder, maar sterkere hoofdzenders. De keuze om te stoppen met NPO Radio 6 is ingegeven door het feit dat de ontwikkeling van de zender achterblijft bij de ambities en de impact, gemeten naar bereik en luistertijdaandeel, laag is.

De Raad noemt het argument dat NPO Radio 6 te weinig mensen bereikt discutabel. De Raad adviseert dat er harde afspraken worden gemaakt over het aantal uitzenduren, bijvoorbeeld op NPO Radio 2 en dat er vanuit de hoofdaanbodkanalen wordt verwezen naar het soul- en jazz-subkanaal. De Raad acht het van belang dat er een kanaal is met reacties en presentatoren, gericht op Nederlandse luisteraars, met zo veel mogelijk Nederlandse producties. Ook zouden er afspraken gemaakt moeten worden over live-registraties en over de voortzetting van de huidige samenwerking met conservatoria. Het Commissariaat merkt op dat het hem niet is ontgaan dat tegen de opheffing van NPO Radio 6 de nodige weerstand bestaat. De NPO heeft echter volgens het Commissariaat onderbouwd dat opheffing past binnen de integrale distributiestrategie, juist nu

het aanbod voldoende elders is geborgd, mede door het aanbieden van dit genre op een subkanaal voor soul en jazz.

De aankondiging van het stopzetten van NPO Radio 6 heeft tot veel reacties uit de samenleving geleid, zowel van luisteraars als programmakers en musici. Ook de Kamer heeft zich uitgesproken via de (aangenomen) motie Verhoeven/Mohandis.[9] De motie heeft als strekking dat soul en jazz een volwaardige plaats binnen de radioprogrammering van de landelijke publieke omroep moet behouden, met voldoende budget voor een dagelijks tijdslot, inclusief een serieus themakanaal.

Ik heb nadere vragen gesteld aan de NPO over het beëindigen van NPO Radio 6 en de wijze waarop soul en jazz een volwaardige plek krijgen op de andere aanbodkanalen van de publieke omroep. In zijn reactie schrijft de NPO dat het al de ambitie had om in 2016 de genres soul en jazz stevig verankeren in zijn radio-aanbod maar dat besloten is om deze ambitie nog verder te intensiveren. Dit zal gebeuren door middel van het programmeren van soul- en jazz-aanbod op het subkanaal NPO Soul & Jazz én op het hoofdkanaal NPO Radio 2. Daarnaast wordt het budget voor soul- en jazzmuziek verhoogd tot € 700.000, komt er dagelijks een gepresenteerd programma op NPO Soul & Jazz en gaat de NPO nadrukkelijk aandacht geven aan Nederlandse artiesten, waaronder nieuw Nederlands talent, live-muziek en samenwerking met derden, waaronder toonaangevende podia en evenementen. En voor het subkanaal NPO Soul & Jazz wordt ingezet op het behoud van de distributiewijzen die NPO Radio 6 tot zijn beschikking had, en op stevige crosspromotie met de hoofdzender NPO Radio 2 en andere relevante kanalen. De NPO heeft bovenstaande verder concreet uitgewerkt in zijn reactie op mijn nadere vragen. Met deze invulling geeft de NPO in 2016 naar mijn mening uitvoering aan de motie Verhoeven/Mohandis. Ik verwacht van de NPO dat er ook na 2016 een volwaardige plek voor soul en jazz is in de radioprogrammering.

Ik ben van mening dat de NPO in zijn aanvraag en nadere onderbouwing voldoende heeft onderbouwd waarom hij het aanbodkanaal NPO Radio 6 wil beëindigen. De keuze voor minder, maar sterkere hoofdzenders is begrijpelijk als er scherpere keuzes moeten worden gemaakt. Een voorwaarde voor het beëindigen van het aanbodkanaal is dat de genres soul en jazz een volwaardige plek krijgen binnen de radioprogrammering, dat er voldoende budget is voor een dagelijks tijdslot en dat er een serieus themakanaal is, conform de eerder genoemde motie.

*Beëindiging overige aanbodkanalen*
De NPO wil een aantal overige televisieprogrammakanalen beëindigen om meer focus aan te brengen in het aantal tijdloze televisie-themakanalen. De NPO wil daarnaast een aantal thematische portals beëindigen in het licht van de ambitie tot vermindering van het aantal portals. Voor het radio-aanbod geldt dat de NPO in de komende concessieperiode wil inzetten op sterke hoofdzenders. Daarom doet de NPO een aanvraag voor het beëindigen van een aantal overige radioprogrammakanalen.

De adviseurs hebben geen aanleiding gezien tot het maken van opmerkingen. Het beëindigen van de overige aanbodkanalen, genoemd in de aanvraag, past binnen

---

[9] Kamerstukken II, 2015/16, 34 264, nr. 25.

de strategie van de publieke omroep om het aantal aanbodkanalen terug te brengen. Ik stem daarom in met beëindiging van deze aanbodkanalen op uiterlijk 1 maart 2016. De televisiekanalen NPO Doc en NPO Humor TV geldt dat er afspraken zijn over de distributie hiervan. Deze kanalen dienen uiterlijk 1 juli 2016 te worden beëindigd.



Hoogachtend,

De staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap,

Sander Dekker